

22/04/10

Amazon inspire le plus confiance aux internautes

Par Claire Morel,

A l'issue de son **étude** "La fabrique de la confiance sur Internet", **Init** a publié les **résultats** concernant la confiance des internautes envers Amazon, Cdiscount, Fnac.com, La Redoute, PriceMinister.

Le cabinet **Init** vient de réaliser une enquête auprès des internautes concernant leur confiance envers cinq grands sites de e- **commerce** . Pour chaque site, près de 200 clients qui ont effectué au moins deux achats dans l'année ont été interrogés, soit un panel total de 1000 internautes interrogés. Les e-commerçants à l'é **tude** sont Cdiscount, Fnac.com, La Redoute, PriceMinister et Amazon.

Pour dresser un état des lieux de la confiance ressentie par les internautes, **Init** y **intègre** trois dimensions appelées aussi "piliers" :

- La crédibilité (compétence de l' **entreprise** pour vendre au meilleur prix, bien livrer, etc.),- La bienveillance (prise en compte par l'entreprise de l'intérêt de ses **clients**),- L'intégrité (respect par l' **entreprise** de ses promesses et de ses engagements).

En complément, le cabinet a constaté, au cours de recherches et d'études, que certains aspects affectent la confiance en ligne. Ces derniers sont considérés comme des "moteurs" qui influent sur la perception globale des internautes. Les deux premiers aspects, plus fonctionnels, sont largement pris en compte dans l'é **tude** réalisée par **Init** :

- La perception de sécurité du site.- La perception de la facilité d'usage du site.- La qualité de la **communication** .- La présence sociale.- La qualité du support.- La communauté virtuelle.

La première place sur le **podium** de la confiance, revient à Amazon qui obtient la meilleure crédibilité et **intégrité** . La troisième dimension qu'est la bienveillance est remportée par La

Évaluation du site

L'activité principale de la société Éditalis est l'édition de revues destinées aux professionnels. Ce site Internet en émane et est destiné aux professionnels de la vente à distance par Internet. Il diffuse l'actualité de ce secteur.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* :5

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Redoute. Dernier du classement sur chacune des dimensions, Cdiscount a le plus faible capital confiance auprès des clients interrogés.

En termes de **performance**, Amazon se place également en très bonne position sur trois des six moteurs de perception (image, communauté virtuelle, présence sociale). La Redoute se démarque en première position sur la qualité du support **client** et la **communication** qui, pour **Init**, profite de sa culture de vétéran. Concernant la sécurité, la Fnac se hisse en haut du **podium**, avec néanmoins, des positions de 3ème et 4ème sur les autres dimensions. PriceMinister s'en sort bien sur la communauté virtuelle et la présence sociale, mais obtient d'assez moyennes **performances** en termes de **communication** et de sécurité. En dernière position sur la majorité des dimensions, Cdiscount parvient à se placer en troisième position sur la communication.

Init note que le sentiment de sécurité est le premier moteur de confiance pour les internautes (27% des personnes interrogées), suivi par l'interface du site lui-même (20%). Ces deux moteurs opérationnels représentent ainsi près de la moitié des éléments influant sur la confiance des **clients**. L'autre moitié (53%) correspond plus largement à des thèmes liés au relationnel :

- Le sentiment de présence d'un bon support client : 16% de la confiance.- Une bonne communication : 12% de la confiance.- Le sentiment de présence sociale : 12% de la confiance.- La présence d'une communauté de clients : 11% de la confiance.

Méthodologie

Le cabinet a réalisé son étude via access panel Internet, auprès de 1000 internautes. Pour chacun des cinq sites de référence étudiés, 200 clients ayant effectué deux achats au cours des 12 derniers mois ont été interrogés.